

ABSTRAK

Fatiya Aliya, NIM. 2181151011. Perancangan Maskot Sebagai Identitas Visual Dalam Upaya Mendukung *Brand Identity* dan Meningkatkan *Brand Awareness* Universitas Negeri Medan. Skripsi Jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Medan. 2024.

Universitas Negeri Medan (Unimed) merupakan salah satu Lembaga Perguruan Tinggi Negeri di Medan, yang telah berdiri sejak 23 Juni 1963. Namun, Unimed masih belum memiliki *brand identity* yang kuat, dimana hal ini dapat berdampak pada rendahnya *awareness*/kesadaran terhadap identitas Unimed itu sendiri. Dalam upaya meningkatkan *awareness* terhadap identitas Unimed, dibutuhkan *brand identity* berupa maskot yang mampu merepresentasikan identitas Unimed. Maskot sebagai *brand identity* dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas, sekaligus meningkatkan *brand awareness* pada civitas akademika maupun masyarakat setempat melalui keunikan pendekatan visual yang dimiliki maskot, sehingga dapat menjangkau emosi publik yang dengan lebih efektif. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk merancang maskot sebagai upaya mendukung *brand identity* serta meningkatkan *brand awareness* pada Unimed. Proses perancangan desain terdiri dari beberapa tahapan antara lain yakni melakukan penelitian, memperjelas strategi, merancang identitas, menciptakan titik sentuh, dan mengelola aset. Hasil dari perancangan ini adalah berupa desain karakter maskot dengan 10 alternatif gaya dan pilihan kostum serta beberapa modifikasi visual yang terinspirasi dari bentuk burung Beo Nias, dimana karakter maskot merepresentasikan nilai-nilai identitas dari Universitas Negeri Medan berupa visi, misi, dan tujuan, serta nilai-nilai kebudayaan yang ada di Sumatera Utara. Hasil rancangan maskot juga diterapkan dalam bentuk *mock up merchandise* yakni berupa *Hoodie*, *T-Shirt*, *Mug*, *tumbler*, dan juga Stiker.

Kata kunci: *Maskot, Identitas, Brand awareness, Universitas Negeri Medan*